

昭和興産は1月から2026年12月期を最終年度とする中期経営計画を開始した。営業戦略ではグローバル、サステナビリティの2つのキーワードを共通軸とし4重点分野を強化、経営基盤戦略では人的資本活用やデジタルトランスフォーメーション(DX)の活用などに取り組み。最終年度は営業利益で23年度比15%増の14億円、国内外総売上高で同18%増の1080億円の達成を目指す。

グローバル・環境軸に成長

営業戦略で設定したグローバルとサステナビリティは、各施策共通の土台と位置付けている。自社の海外ネットワークを活用し、重要取引先との協働や深掘り、取り引きの重層化を進める。重点戦略分野として環境、モビリティ・情報電子、ライフサイエンス、インフラの4分野を掲げており、グループ内連携を強化しながら注力していく。

経営基盤戦略のなかで人的資本活用では、公平・公正な評価に基づいた経営・管理職人材の養成に努める。グローバル展開や新領域事業を支えるプロ人材と多様な人材の確保・育成を図り、とくに女性管理職については10%を目標とした。さらにDX活用、業務標準化、サステナビリティへの取り組みにも力を注ぐ。

前中計「SKIC HALLENGE 8」の最終年度となった23年12月期決算はすべて過去最高を記録した22年12月期に次ぐ実績を残し、目標としていた売上高880億円を上回る890億円を達成、前中計期間中に業容を拡大し成長軌道に乗せることができたとしている。

新中計は前中計の基本方針を継承し、取引先や社会から頼られ社員が誇れる1000億円企業・100年企業」を目指す。挑戦と変革を継続する。

中計の売上高目標である1080億円の内訳は国内960億円、海外120億円、海外は初の100億円台とする計画。グローバルネットワーク拡充に向けアジア圏への新規進出に既存ビジネスの拡充と新ビジネスの掘り起こしを進め、主要取引先の海外関連と環境の両ビジネスに対し提案・関与を積極化する。